



Propuesta para la integración de un Programa de radio, para la Unidad Académica de Turismo de la Universidad Autónoma de Nayarit.

Radio U.A.N.

“La Honda Turiculdes” (turismo, cultura y desarrollo)

Proposal for the integration of a radio program for the Academic Unit of Tourism of the Autonomous University of Nayarit.

Radio U.A.N.

"La Honda Turiculdes" (tourism, culture and development)

José Bernal Amaral

Universidad Autónoma de Nayarit

Jober42@hotmail.com

José Benito García Carmona

Universidad Autónoma de Nayarit

vinculacionuat@uan.edu.mx



Propuesta para la integración de un Programa de radio, para la Unidad Académica de Turismo de la Universidad Autónoma de Nayarit.

Radio U.A.N.

"La Honda Turiculdes" (turismo, cultura y desarrollo)

Proposal for the integration of a radio program for the Academic Unit of Tourism of the Autonomous University of Nayarit.

Radio U.A.N.

"La Honda Turiculdes" (tourism, culture and development)

José Bernal Amaral

Universidad Autónoma de Nayarit

Joher42@hotmail.com

José Benito García Carmona

Universidad Autónoma de Nayarit

vinculacionuat@uan.edu.mx

Resumen

El presente documento es el resultado del trabajo realizado en la Unidad Académica de Turismo de la Universidad Autónoma de Nayarit, así como de las diferentes reuniones con las cámaras de hoteles y moteles del estado, como de las reuniones de trabajo con la Secretaría de Turismo del gobierno del Estado, como de reuniones de academias y cuerpos académicos, así mismo con la coordinadora del programa de Tutoría Académica y el departamento de psicopedagogía. Se entrevistaron a actores del ramo como al secretario de turismo del actual gobierno del C.P Antonio Echeverría García, de igual forma con la Organizaciones de la Sociedad Civil del estado sobre todo de Bahía de Banderas, Compostela. A los alumnos y maestros de la Unidad Académica de turismo antes señalada. (65 estudiantes tanto de la licenciatura en turismo como de gastronomía, a 15 maestros de las dos licenciaturas). Se revisaron documentos nacionales como internacionales, sobre el devenir histórico de las radiodifusoras universitarias, ante lo realizado los resultados fueron muy favorables, no obstante que se argumentaba que con las TIC's, redes sociales la radio no es necesaria, y los resultados marcaron la diferencia. Es de fácil acceso, no es tan peligroso como las otras opciones de comunicación, se permite realizar un trabajo más colaborativo entre alumnos y maestros, permitiendo aumentar en determinado momento los conocimientos de todos los participantes, es de bajo costo y fácil acceso hasta en la Sierra Madre Occidental Se obtuvieron entre un 75 a 85% de aceptación...

Palabras clave: Radio Universitaria, comunicación turística, Educación turística informal.

Abstract

The present document is the result of the work carried out in the Academic Unit of Tourism of the Autonomous University of Nayarit, as well as of the different meetings with the chambers of hotels and motels of the state, as well as of the working meetings with the Secretary of Tourism of the government of the State, as of meetings of academies and academic bodies, also with the coordinator of the Academic Tutoring program and the Department of Psych pedagogy. Interviews will be held with stakeholders of the branch such as the secretary of tourism of the current C.P. Antonio Echeverría García government, as well as with the Civil Society Organizations of the state, especially of Bahía de Banderas, Compostela. To the students and teachers of the Academic Unit of tourism indicated above. (65 students of both the degree in tourism and gastronomy, 15 teachers of the two degrees). National and international documents were reviewed on the historical evolution of university radio stations. The results were very favorable, although it was argued that with ICTs, social networks radio is not necessary, and the results marked the difference. It is easy to access, it is not as dangerous as the other communication options, it allows a more collaborative work between students and teachers, allowing to increase the knowledge of all participants at a certain moment, it is low cost and easy to access even in the Sierra Madre Occidental.

Keywords: University Radio, Tourist communication, Informal tourist education.

Introducción

En el presente trabajo de investigación en el campo turístico se realizó un análisis retrospectivo y prospectivo de la radio y su influencia en la sociedad, así como su devenir ante la Revolución de la Tecnologías de la Comunicación con la Internet, la Telefonía Celular, entre otros. A lo largo del tiempo los medios de comunicación han ido ocupando un lugar de gran trascendencia en cada una de las sociedades del mundo y en sus sistemas políticos, más concretamente, durante el siglo XX con la llegada de la Globalización.

La principal interrogante que trataremos de develar es el papel de los medios de comunicación en la actualidad y hasta qué punto uno se ve influenciado en la relación Medios – Comunidad, donde las críticas van dirigidas hacia los primeros, o si por el contrario la culpa la tenemos nosotros como consumidores pasivos de algo que no es tal, sino solo un producto del mercado, con lo cual los principales responsables de esta gran revolución mediática la tenemos que

empezar a buscar en uno mismo. Dentro de este interrogante nos llama la atención que en el Estado de Nayarit y casi en todo el país no se cuenta con programas de radio orientados a informar, orientar y educar de forma informal sobre los temas que genera el turismo, considerando hoy de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo que es el sector de mayor desarrollo económico en el PIB mundial y que en México como en el estado dinamiza las actividades económicas, sociales y culturales, como las medioambientales, (SECTUR, 2015). De los resultados obtenidos contaremos opiniones favorables y desfavorables, sea cual fuere la solución a la que arribemos, esperamos llegar a la más conveniente, como los señala la OMT 2017, para las TICs´.

De más está, decir que la respuesta no será unánimes, partiendo de la base de que los diferentes textos consultados en la revisión bibliográfica no han conciliado una opinión en tal sentido. Nos permitiremos al llegar el momento oportuno formar una conclusión que este abierta al disenso entre nosotros mismos de serlo necesario.

Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios de comunicación contemporáneos TICs´, estas características, a su vez, nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciantes en los comerciales. La radio como medio de comunicación llega al radio-escucha de forma personal y en ocasiones grupal indirectamente, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales, para el caso de nuestra experiencia en las comunidades Wixárika-Huichles en la Sierra Madre Occidental, donde no hay energía eléctrica, los compañeros indígenas traen su buen radio de pilas. Se construye así el proceso de comunicar, el cual conlleva el diseñar, con creatividad, productos radiales que constituyan interés del oyente y aunque salgan todos los días con temas similares en cada emisión se encuentre en la recurrencia aspectos nuevos, concluyentes o expectativas para crear la necesidad de volver a conectar el programa. La radio influye en la sociedad, en forma positiva o negativa todo dependiendo también del editorial de los coordinadores, directores de las mismas para captar a los ciudadanos de diferentes gustos. Podemos recordar que esta la radio se remontan al siglo XIX cuando la sociedad crecía y era necesario crear un medio de comunicación instantánea que fuera capaz de cruzar los océanos y recorrer los continentes. Posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen. Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. UNESCO; *World Radio Day, 16 February (2016)*.

Influencias de la radio en la sociedad: Unas de las mayores influencias de la radio es que provoca reacciones positivas como negativas es decir, tienen el poder de controlar el mensaje, y

ejercer una influencia en la opinión pública. La radio y la sociedad tienen una unión estrecha, ósea que tienen que fusionarse no pueden trabajar por separados. Tienen características especiales, como transmiten con facilidad, son muy económicas, su lenguaje es más rico, y tienen la ventaja también de producir imágenes mentales. UNESCO, 2016.

Hoy día la radio influye también dentro de la tecnología, se pueden escuchar por medio del Internet, en tiempo real, que provoca que la mayoría de las sociedades radiofónicas se queden con ellos. A la par del crecimiento del número de emisoras, se han incorporado nuevos contenidos dentro de la programación: propaganda política, noticias, música y publicidad, pero también la radio se ubicó hacia el servicio de los intereses de la sociedad.

Los avances tecnológicos han permitido que la radio llegue a más personas: la Amplitud y la Frecuencia Modulada han crecido de manera importante en cuanto a la cantidad y variedad de sus emisoras. La radio tiene la cualidad de poder llegar a los más apartados lugares donde exista un radioreceptor, el turista o ciudadano puede informarse y estar escuchando la noticia y acontecimiento de la ciudad, como de la vialidad vehicular, los eventos culturales y deportivos, que pueden entretener a los hijos, mientras y durante estemos presentes los padres. UNESCO, 2016.

La historia de la radio describe los pasos importantes en la evolución de la radiocomunicación y el medio de comunicación llamado radio desde el descubrimiento de las ondas de radio hasta la actualidad. Se dice que Nikola Tesla (1856-1943) inventó el siglo XX. *Le debemos la radio, las bobinas para el generador eléctrico de corriente alterna, las bujías, el alternador, el control remoto y otros descubrimientos que han hecho más fácil la vida.* (Telefonica, 2015).

Durante varios años, a partir de 1894, el inventor italiano Guglielmo Marconi construyó el primer sistema completo de telegrafía inalámbrica comercialmente exitoso basado en ondas hertzianas transportadas por el aire (transmisión por radio). En 1888, el físico alemán Heinrich Rudolf Hertz, demostró la existencia de ondas electromagnéticas al construir un aparato que producía y detectaba ondas de radio. Sus logros condujeron a la invención del telégrafo y la radio inalámbricos.

El ruso Alexander Popov fue el inventor de la antena y con ella pudo hacer transmisiones de ondas electromagnéticas a distancia. Mientras Alexander Popov es reconocido en Europa Oriental como un "inventor de la radio", en Occidente es más representativa la figura de Nikola Tesla. El

italiano Guillermo Marconi realiza en 1899 la primera transmisión a través del canal de la Mancha, entre Dover (Inglaterra) y Boulougne (Francia).

Para finales de 1800, el poeta y dramaturgo alemán Bertold Brecht propuso que la radio podía ser interactiva si pasaba de “ser un medio de distribución a ser una herramienta para la comunicación”.

La importancia de los medios de comunicación en nuestros días, nos permiten acercarnos a la realidad que vivimos en nuestro entorno en muy diversos tópicos, uno de ellos es la radio como un medio de informar los acontecimientos más relevantes de la actualidad. El turismo, la cultura y el desarrollo van de la mano nutriéndose de todas las propuestas que se demandan para estar a la vanguardia en un mundo globalizado, por ello es necesario la realización de un programa avante original con una temática especializada, veraz y dinámica que alcancen la visibilidad en relación al desarrollo del turismo y la cultura en nuestro estado, creando así una plataforma de difusión cuyo objetivo principal es crear un espacio en la radio con calidad dedicado al turismo y la cultura.

Dicho espacio radiofónico albergará los aspectos más relevantes de la actividad turística en sus diferentes perspectivas de un turismo responsable que realcen la cultura, la historia, la naturaleza, la innovación, entre otros; que nos permitan formar de manera integral un mosaico de la diversidad de Nayarit. La amplitud y el contenido del espacio radiofónico estará definido por especialistas en la materia como investigadores académicos, profesionales del turismo, docentes y estudiantes que ofrezcan información de calidad y relevante que conviertan el programa en un lugar idóneo para la divulgación y el extensión ismo del turismo, que promueva el rescate e impulso cultural y el desarrollo sustentable regional de una manera novedosa, ante las tendencias del turismo internacional como lo es el turismo Gay, Lésbico, monoparental, singles, entre otros, que permita ser un encuentro para debatir los términos más convenientes, candentes y actuales, OMT,(2014-2030), que sean un escaparate para llegar a un público en forma directa esgrimiendo un lenguaje sencillo dándole la importancia que se merece la cultura y el turismo dentro de los aspectos tradicionales, pintorescos e innovadores de nuestro estado.

El Programa de Naciones Unidas PNUD, (2016) para el desarrollo sostenible tiene como objetivo hacer un llamado universal para adoptar medidas para mitigar la pobreza, proteger al planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad, consta de 17 objetivos interrelacionados, que con frecuencia la clave del éxito de uno involucrará las cuestiones más frecuentes vinculadas con otro que conllevan un espíritu de colaboración y pragmatismo para elegir las mejores opciones con el fin de mejorar la vida, de manera sostenible, para las generaciones

futuras. Proporcionan orientaciones y metas claras para su adopción por todos los países en conformidad con sus propias prioridades y los desafíos ambientales del mundo en general. Estos objetivos del milenio se enumeran de la siguiente manera:



- | | | |
|--|---|---|
| 1. Fin de la pobreza. | 2. Hambre cero. | 3. Salud y bienestar. |
| 4. Educación de calidad. | 5. Igualdad de género. | 6. Agua limpia y saneamiento. |
| 7. Energía asequible y no contaminante. | 8. Trabajo decente y crecimiento económico. | 9. Industria, innovación e infraestructura. |
| 10. reducción de las desigualdades. | 11. Ciudades y comunidades sostenibles. | 12. Producción y consumo responsables. |
| 13. acción por el clima. | 14. Vida submarina. | 15. Vida de ecosistemas terrestres. |
| 16. Paz, justicia e instituciones sólidas. | 17. Alianzas para lograr los objetivos. | |

(Unidas, 2000)

Estos objetivos ayudan a alcanzar el desarrollo sostenible fuertemente centrado en las personas a través de un enfoque integrado que vincula políticas, planificación y programación, con el fin de promover una gestión basada en resultados, implementar medidas de protección de la calidad, controlar y evaluar el impacto, y aprender tanto de éxitos como de fracasos.

La Organización Mundial del Turismo OMT, adopta dichos objetivos a través de sistemas que se implementen en las organizaciones turísticas a través de la gestión de evaluación, aprendizaje y conocimiento con un enfoque abierto, innovador, informado y basado en evidencias, que den forma para lograr una colaboración eficaz para el desarrollo, la cooperación de los países integrantes desarrollando acciones y programas de mayor calidad. Para ello, esta iniciativa prevé también esfuerzos de sensibilización para contribuir a través del turismo sostenible, y en particular a la conservación de la biodiversidad y las raíces culturales. OMT, (2014).

Uno de esos grandes desafíos es el acceso a la información relacionada con la gestión de las actividades que genera el turismo masivo y su repercusión con la protección y restauración de las culturas y la biodiversidad, que dificultan las capacidades de los medios para cubrir aspectos técnicos de este tema y la necesidad de mejorar las relaciones y los intercambios con las autoridades pertinentes.

Como antecedente en el año 2002, en el marco de los actos paralelos a la Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo, Sudáfrica, “The Responsible Tourism Partnership” y “Turismo de El Cabo Occidental”, presididas respectivamente por Harold Goodwin y Mike Fabricius, organizaron una Conferencia que dio lugar a la Declaración de Ciudad del Cabo.

En ella se definió el turismo responsable como “aquel que minimiza los impactos negativos del turismo a nivel medioambiental, social y cultural; genera mayores beneficios económicos para las comunidades anfitrionas y contribuye a su bienestar; involucra a la población local en las decisiones que afectan a sus opciones de vida; contribuye positivamente a la conservación del patrimonio natural y cultural, y al mantenimiento de la biodiversidad; ofrece a los turistas experiencias más gratas, a través de relaciones significativas con elementos del entorno local; es accesible para las personas con limitaciones físicas; presta atención a los aspectos culturales y promueve el respeto entre turistas y anfitriones” (Cañada, 1990).

En todas las cumbres mundiales en pro de la conservación del medio ambiente desde el año de 1978 en Estocolmo Suecia, hasta la de Río más 10,- 2010, se hace énfasis en la “Educación Ambiental y del Desarrollo Sustentable” y poco han hecho los gobiernos, como es el caso del de México, dentro de los lineamientos de la educación ambiental se propone la modalidad no formal, y que los gobiernos se ven obligados con el apoyo de los empresarios a ocupar tiempo de transmisión radiofónica transmitiendo temas sobre medio ambiente y logrando la concientización de la sociedad ante el problema del cambio climático. “Estrategia de Educación Ambiental para la Sustentabilidad en México 2006-2014”.

Antecedentes de radiodifusoras académicas y culturales

La radio en México comienza en los años 20’s al mismo tiempo que el resto del mundo, “las primeras estaciones fueron de tipo experimental como iniciativa de varios miembros de la comunidad científica e investigadores” (Romero, 1997). Lo que les permitía tener contacto con sus pares de manera internacional a través de congresos, destacándose muchos de ellos, en la responsabilidad del diseño, experimentación y construcción de aparatos de radiodifusión con

transmisores y bocinas; en el año 1902 durante el mandato del General. Porfirio Díaz cuyos pioneros trabajaron en el “Laboratorio de Física en el Instituto de Ciencias de Zacatecas”, cuyos experimentos lo realizaron bajo el auspicio del gobierno de la ciudad de Mérida, Yucatán, fue hasta 1914 que emprendieron ya con académicos especializados en radiodifusión (Maldonado, 2007).

A partir de 1919 hasta la actualidad, las historias de la radio en México han tenido épocas de transición ante los cambios tecnológicos, “los hábitos de consumo con la apropiación de los medios digitales que convergen con los cambios sociales y políticos del país” (Plata, 2016). En cuanto a las radiodifusoras de universidades en México, la primera emisora de radio universitaria fue “Radio UNAM”, que emitió originalmente en AM (*amplitud modulada*), onda corta y FM (*Frecuencia Modulada*), en la Ciudad de México. Pronto fue seguida por XEXQ, la estación AM de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Mientras que las primeras emisoras de radio universitarias estaban en AM, como parte de la migración de AM-FM y también debido al crecimiento general de las estaciones de radio no comerciales en México, muchas universidades se han expandido para incluir emisoras de radio FM. En algunos casos, como los sistemas de la Universidad de Guadalajara y de la Universidad de Sonora, las estaciones se han convertido en redes de radio con cobertura ampliada e incluso outputs locales. “Las universidades privadas también poseen estaciones de radio; la Universidad Autónoma de Durango (3 estaciones), la Universidad Vasco de Quiroga y el Instituto de Tecnología y Educación Superior de Monterrey (XHTEC-FM) son ejemplos de emisoras de radio privadas” (Dalia, 2003).



Fuente: www.radiounam.unam.mx

En Nayarit, en el municipio de Tepic nació la primera estación de radio en 1934, por el Sr. Pedro de la Torre junto con el Sr. Tomás Mondragón Prieto con las siglas XEIJM, las cuales fueron cambiadas por las de XERK el 18 de octubre de 1937; El gobierno del Estado en 1939 fundó la estación de radio cultural XEXT quién más adelante la vendió a la familia Bertrand Parra. En los municipios, la XEUX, de Tuxpan, fue fundada en 1950 por Salvador Herena Benítez; enseguida la XETD, de Tecuala, fue concesionada a Pedro Aguiar Villegas en 1955, para que posteriormente en 1957 se fundara la estación XESI, de Santiago Ixcuintla. Más adelante el 15 de febrero de 1969. Inició transmisiones la radiodifusora XESK en el municipio de Ruiz, propiedad del señor Jesús Cortés Barbosa, después en 1975 fundó la XERIO radio de Ixtlán y la primera estación de

frecuencia modulada (FM) XHNF-FM, señal 98. Siendo este uno de los principales promotores en la fundación de estaciones de radio en el Estado. (Nayarit, 2018).

En lo cultural el día 25 del mes de noviembre de 1980, se iniciaron las transmisiones formales de Radio Aztlán (XETNC-AM) la primera radiodifusora oficial del gobierno del Estado de Nayarit. En lo académico la dirección de difusión y extensión de la Universidad Autónoma de Nayarit, se creó en 1997 Radio UAN, llevándose a cabo los primeros intentos por obtener una licencia de emisión para abrir un espacio institucional de radiodifusión. Es en el año de 2001 cuando se decide llevar a cabo la barra radiofónica de la universidad, “Frecuencia Cero”, para lo que se convocó a estructurar una programación que se transmitiría a través de convenios con XEXT y Radio Aztlán. El 10 de mayo del 2006, la SCT otorgó el permiso de instalación con la frecuencia 101.1 de FM, Radio Universidad Autónoma de Nayarit. Con esto, la universidad consigue optimizar la coordinación de las actividades universitarias en materia de telecomunicaciones, además, generar y dinamizar procesos y procedimientos para la inclusión de dichos contenidos en plataformas de Video y Audio en Demanda (VoD y PodCasts) o productos multimedia online u offline. Por ello, se tiene como factores de identidad el reconocerse como una radio pública que favorece la pluralidad de puntos de vista y propone ser un espacio de diálogo, reflexión social y recreación cultural que coadyuven la construcción de alternativas para entender y construir nuestra realidad. Radio UAN es una alternativa radiofónica reconocida por la sociedad por ofrecer una opción radiofónica de calidad a los radioescuchas (UAN, 2018).



Fuente: www.google.com.mx/search?q=logotipo+de+radio+uan

En cuanto a las radiodifusoras de turismo en México en los últimos 20 años ha cambiado el panorama de la comunicación turística, el fenómeno de la televisión abierta y por cable, las revistas especializadas han sido un éxito paliativo en torno al turismo, dado que solo han informado sobre viajes, gastronomía y lugares mágicos u pintorescos en nuestro país; en tanto, con la creación del internet empezaron a proliferar webs, blogs, foros, podcats, entre otros; en la que se ha hecho una batalla mediática por hacerse con la cada vez mayor audiencia de información turística que demandan mayor contenido. Por su parte las estaciones radiofónicas son un tanto más pusilánimes u

tímidas, sus contenidos son modestos en sus reportajes y emisiones sobre la programación de actividades que giran en torno al turismo e incluso se han creado programas regionales y locales que más que nada promocionan el turismo a través de fiestas y folclor de las localidades, paisajes inigualables, gastronomía típica, viajes exuberantes, etc. En cada caso se fomenta de los atributos locales que nos presenta la belleza natural, cultural, histórica, gastronómica, en la que se fomenta al radioescucha para que viajar tan lejos teniendo grandes atributos locales, lo que fomenta el localismo, la curiosidad y nuevos conocimientos de nuestra región, lo que lo hace un elemento diferenciador en esos destinos turísticos.

En Nayarit se han hecho grandes esfuerzos por potenciar al estado en materia de turismo, principalmente la zona de la Riviera Nayarit, sin embargo, al igual se ha promoción en todos los medios de comunicación de aquellos otros rincones y ocultos con gran riqueza que deben potenciarse haciendo eco en su belleza natural con eventos y rutas que interesan a los curiosos y amantes de los viajes, lo que se fomenta hacia nuevos conceptos o novedades turísticas. Es por ello la necesaria y oportuna creación de una programación de radio en torno al mundo del turismo, en la que se requiere informar la actualidad turística con una agenda de presentación de entrevistas con personal calificado y especializado en el tema, lo que lo hace ser un escaparate para presentaciones de índole académico, científico, innovación, de divulgación y extensión de profesores y estudiantes de las licenciaturas de turismo y gastronomía, entre otros.

El objetivo del presente artículo, es la de dar a conocer los resultados obtenidos ante la consulta pública convocada por la Coordinación de Vinculación y Extensión de la Dirección de la Unidad Académica de Turismo de la Universidad Autónoma de Nayarit, ya que ante las funciones que tiene esta coordinación son precisamente las de extender los conocimientos y resultados obtenidos de las investigaciones realizadas tanto por los Cuerpos Académicos en materia de Investigación Científica en turismo, como de las Academias en materia de Docencia y Tutoría Académica y de los resultados que los alumnos obtienen de sus estudios y Proyectos Integradores, así en una primera etapa se estructuro y diseño la “Revista Kikame” (2016-2017), que ya cuenta con 4 números y están por salir dos más, en un segundo proceso se propone la estructuración y puesta en marcha del Programa de radio en Turismo y posteriormente incursionar en la estructuración de un programa de Tele Visión en Turismo Alternativo.



Fuente: <http://tecnocientifica.com.mx/educateconciencia/index.php/KIKAME>



Fuente: <http://www.uan.edu.mx/es/comunicados/se-presento-un-video-de-tv-uan-en-el-festival-amado-nervo>

¿Por qué un programa de radiofónico sobre el turismo en Nayarit?

El programa de radio dependería de los contenidos y las acciones sobre los temas a tratar en torno al fenómeno del turismo su valoración y las recomendaciones de mejora dependiendo del lugar que se trate u examine, para con ello evidenciar casos exitosos en una localidad, investigaciones y proyectos pertinentes que fomenten estrategias locales viables que fomenten el turismo y al mismo tiempo de manera sustentable cuiden de la biodiversidad, la cultura y el patrimonio de esos destinos, al mismo tiempo sean susceptibles de monitorear en las normativas regulatorias dependiendo del caso que se trate. Asimismo, el programa de radio tendría la ventaja de abrir nuevas brechas para aprovechar las tecnologías de la información y comunicación, sobre esquemas y estrategias de promoción y comercialización de los diferentes productos turísticos, al igual generaría un mecanismo de difusión de propuestas de investigadores y académicos que no han podido encontrar los mecanismos adecuados para figurar sus avances y conclusiones de sus iniciativas que redunden en beneficios del sector turismo, la cultura y el desarrollo del estado. a nivel de detalle aportando reflexiones, evidencia de afectaciones con soluciones, casos de éxito en conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos, esto con el fin de plantear alternativas, crear nuevos paradigmas en torno al turismo con una economía verde basada de lo tradicional a una de innovación con estrategias que den respuesta a una agenda turística innovadora a través de la radio con valor agregado muy puntual con las diferentes problemáticas locales, pero con iniciativas

para detectar, corregir y la actuación sobre los métodos en la solución de dichos problemas que tienen los diferentes destinos con los que cuenta el Estado de Nayarit.

Objetivo General:

Establecer un medio de comunicación capaz de informar sobre las actividades que se desarrollan dentro de las labores académicas e investigación en la unidad académica de turismo y la comunidad universitaria en general, sobre temas relacionados con las actividades turísticas.

La instauración de un espacio creativo donde todos los actores sociales involucrados en el desarrollo del turismo regional (Empresarios, Gobernantes; Trabajadores y Empleados, Turistas, Estudiantes, Académicos e Investigadores), presenten y expongan a la sociedad en general sus resultados, propuestas, proyectos, ideas, problemáticas, vivencias y experiencias, soluciones que mejoren la competitividad de los municipios y el estado a nivel nacional e internacional.

Objetivos Específicos:

1. Dar a conocer a la sociedad Nayarita y Nacional los resultados de los quehaceres realizados en la Unidad Académica de Turismo en pro del desarrollo turístico.
2. Sensibilizar y concientizar a los sectores empresariales, gubernamentales, académicos y sociales del conocimiento académico y de investigación contruidos y desarrollado en las aulas y laboratorios de la universidad a través de la unidad académica de turismo.
3. Motivar a los jóvenes estudiantes y docentes a ser parte de la transformación y dinamización de los destinos turísticos maduros y el gestionar y promover otros nuevos destinos en el estado de Nayarit y en México.
4. Compartir las ideas y proyectos de los productos turísticos.
5. Comunicar a la sociedad por medio de los diferentes formatos académicos las diferentes problemáticas y soluciones por los que atraviesa la actividad turística en nuestro Estado.

Temas a tratar en el espacio radiofónico.

1. Un primer tema a tratar sería el turismo su concepción y definiciones, como un instrumento de gestión y planificación de la actividad turística y la administración del territorio.
2. Análisis, comprensión y asimilación de las nuevas corrientes de consumo del turismo Internacional del siglo XXI, clasificados en los turistas Milenios, los Zeta y Los X, requerimientos de servicios TIC's, en cifras de demanda y derrama económica, infraestructura y avances de la industria hotelera, gastronómica, en eventos, entre otros.

3. El turismo cultural y su institucionalización, (indicadores, sustentabilidad, patrimonio tangible e intangible), promoción y desarrollo en los 20 municipios del estado, proyectos e investigaciones de turismo cultural.
4. Gestión e innovación turística.
5. Turismo Rural y su planificación regional y local; Ejidos, Comunidades y Localidades, que favorezcan un desarrollo regional con identidad cultural sustentable.
6. Turismo Urbano, el turismo inteligente en una Smart city Tepic, Riviera Nayarit. vinculados a organismos internacionales, nacionales, de cooperación con ONG's, universidades, empresas de la cuarta revolución industrial.




Metodología

El diseño metodológico del presente trabajo de investigación se sustenta en el Método de Investigación Inductivo- Deductivo, se siguió un enfoque interpretativo y se utilizó la técnica de estudio de caso. Así, en un primer momento, se recopilaron y analizaron documentos institucionales de la Universidad Autónoma de Nayarit y de su emisora radio UAN; y posteriormente, se aplicaron entrevistas y encuestas semiestructuras. Entre otros, los criterios para seleccionar a los entrevistados fueron: trabajar en la emisora por períodos mayores a 2 años, estar en los cuadros operativos como administrativos y tener acceso a los documentos institucionales.

Como parte del proceso de diagnóstico, se inicia con 2 perspectivas; una es empírica, partiendo de la realidad; es decir, se percibe una necesidad y con base en ella se elabora un diagnóstico que confirme la observación. La otra perspectiva es científica: se parte de un estudio científico previo, se selecciona una o más necesidades académicas y sociales demostradas y se prepara un diagnóstico de comunicación que detalle las necesidades de información. En la etapa de diagnóstico también comprende el conocimiento de la audiencia. A partir de ahí, se facilita el diseño de la estructura, la investigación de los temas y la redacción de los guiones, así como la decisión sobre elementos básicos (duración, horario y frecuencia del programa, entre otros).

En la fase exploratoria se realiza una encuesta que parta de la definición de las necesidades de información y comunicación para la creación de un programa radiofónico impulsado por la unidad académica de turismo, de la Universidad Autónoma de Nayarit. En tanto, a través del método inductivo por medio de encuestas, se recopilan los datos para el análisis de la pertinencia de la creación de los programas de radio, con una serie de preguntas sencillas en un formato de respuestas de si y no, además que tipo de programación les gustaría escuchar referentes al turismo.

El formato para proponer el programa de Radio.

Formato de Presentación de Proyectos Radiofónicos

Nombre del Programa:

Objetivo

Justificación

Duración (Máx. 25 min.)

Género o Formato radiofónico

Calendarización temática / Planeación

Clasificación

- ☒ "AA": Contenido dirigido a público infantil
- ☐ "A": Contenido dirigido para todo público
- ☐ "B": Contenido para adolescentes y adultos
- ☐ "B15": Contenido para adolescentes mayores de 15 años y adultos
- ☐ "C": Contenido para adultos
- ☐ "D": Contenido dirigido exclusivamente para adultos

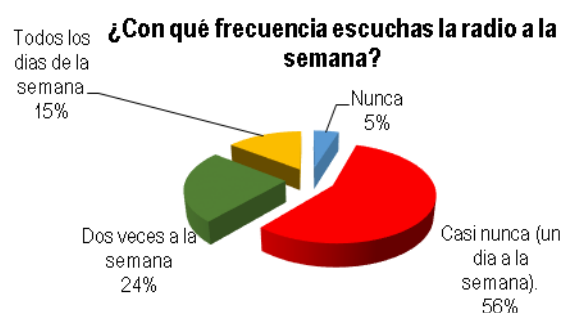
Estructura del Programa

Nombre completo del responsable del programa y participantes, así como datos de contacto.

Nombre:	Cel.:	e-mail:
Nombre:	Cel.:	e-mail:
Nombre:	Cel.:	e-mail:
Nombre:	Cel.:	e-mail:
Nombre:	Cel.:	e-mail:

Fuente: Radio UAN 2018

Resultados y conclusiones

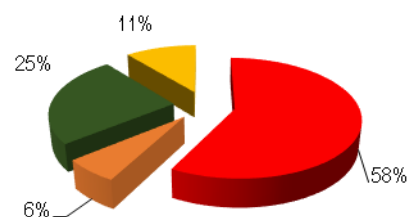


De los resultados obtenidos tanto en las entrevistas como en las encuestas, se puede observar que en un alto porcentaje el radio es escuchado, por banda AM o FM. Otros por la Internet. Sigue siendo un medio de comunicación y entretenimiento.

En un 58 % escucha la radio por la mañana, esto es mientras se traslada a las escuelas o al trabajo, cuando viaja en el camión, taxi o en su automóvil. Para informarse del acontecer diario de la ciudad y de los eventos políticos, culturales y deportivos, como de las ventas comerciales y las ofertas.

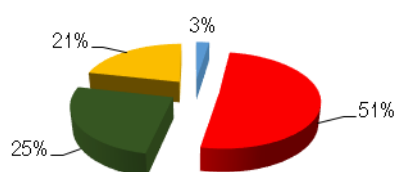
¿En qué, momento del día, escuchas la radio?

■ Por la mañana ■ Al medio día ■ Por la Tarde ■ Por la Noche



¿Qué tipo de programas, escuchas?

■ Deportes ■ Musicales ■ Informativos ■ Culturales.



En un 51 % escucha la radio para escuchar música y los comentarios sobre los artistas y las nuevas propuestas musicales. En un 25% le interesa estar informado, aunque cuestionan lo manipulado de la información, que muchas de las veces no es tan veras ni oportuna.

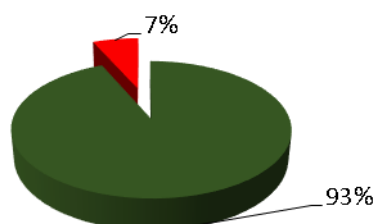
En un 95% comenta que es un buen medio de comunicación, muy accesible, muy barato se pudiera decir que casi gratis, que no tiene que tener fija la vista en un objeto ni las manos ocupadas, simplemente escuchar. En cambio con las otras modalidades como los teléfonos celulares, son muy llamativos pero muy peligrosos ya que ocupas tus sentidos para operarlos.

¿Crees que la radio es un buen medio de comunicación?



¿Te gustaría que en la radio de la UAN, se escuchara un programa de turismo?

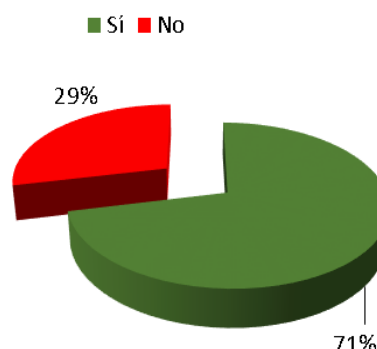
■ Sí ■ No



En un 93% mostro interés por participar en un programa de radio, de dar a conocer sus propuestas e ideas para mejorar las condiciones del estado en materia de desarrollo turístico. Así como el tratar temas que de alguna forma se relaciona con el turismo, como la trata de personas, el abuso de los trabajadores, la discriminación en la zona turística a los propios mexicanos, entre otros como la contaminación ambiental.

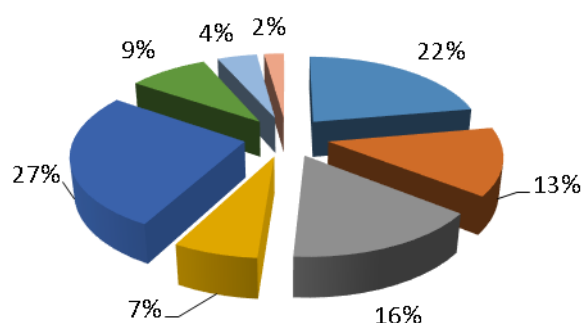
En un 71% mostro interés por participar en un programa de radio, tanto alumnos, como maestros y personal técnico de radio UAN, señalando que es muy loables el dar a conocer nuestras riquezas naturales, costumbres y cultura, ya que se cuenta con cuatro grupos étnicos Coras, Tepehuanos, Mexicaneros y Wixárika-Huichol, así mismo se cuenta con un patrimonio tangible e intangible del pueblo mestizo y que conservando y valorando estos podemos logara un desarrollo más equitativo por la entrada de divisas internacionales.

¿Te gustaria participar en los programas de radio, en temas turisticos?



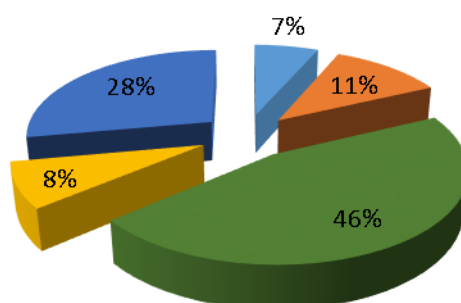
¿ Que temas de gustaria que se trataran en los programas de radio de turismo?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| ■ Temas de Gastronomía. | ■ Turismo de aventura. |
| ■ Turismo Rural. | ■ Innovacion del Turismo |
| ■ Las Tic's en el turismo. | ■ Los nuegos tipos de empleos. |
| ■ Los millenias en el turismo. | ■ Evetos y congresos. |



¿Cual es serian tus comentarios a la propuesta de crera en radio UAN un programa sobre El turismo?

- | | | |
|------------------------|----------------------|--------------------|
| ■ Muy bien | ■ Muy Interesnate | ■ Hace mucha falta |
| ■ Nos orientaria mucho | ■ Aprenderiamos más. | |



A manera de Conclusión

De acuerdo a los resultados obtenidos tanto en la investigación documental como de campo, así como con las entrevistas realizadas y las encuestas levantadas, el establecer un programa de radio sobre la temática del Turismo es de suma importancia, ya que de acuerdo a los diagnósticos y pronósticos emitidos tanto por la Organización Mundial de Turismo, Fitur, Hosteltur y otras más el turismo es una de los sectores más dinámicos y crecientes de los últimos 30 años, superando a la industria automotriz y todos sus concesionarios, que desde los años 2000, 2014, 2017 y 2018 el aumento de personas en el mundo que realizan el turismo en alguna de sus manifestaciones y segmentos esta siempre en ascenso, esto es por ejemplo según Fitur (2017) y la OMT (2016), en los años señalado se han incorporado alrededor de 200 mil a 300 mil personas, que para el año 2016, 759 mil turistas viajaron por el mundo, que para el año 2017, 879 mil turistas y se estima un cierre del año 2018 de alrededor de 1,350 millones de turistas. Que cada día los turistas son más maduros en sus decisiones, que buscan un turismo más cultural, emocional, vivencial y conservacionista ambientalmente.

Un programa de radio traería amplios beneficios, para la sociedad en general, como para los maestros y alumnos de la Universidad Autónoma de Nayarit y su escuela de Turismo y gastronomía.

Referencias

- Cañada, E. (1990). Movilización por un turismo responsable. *Turismo responsable en Navarra*, 45.
- Carlos Pozo José (2014); "La Radio como medio de promoción turística". <https://www.andaluacialab.org/blog/radio-promocionesturisticas/>
- Dalia, T. M. (16 de Mayo de 2003). Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas. *Retos y Perspectivas de la radio Universitaria de cara al Siglo XXI*. Ciudad Universitaria., Ciudad de México., Centro: Universidad Nacional Autónoma de México .
- Hostertur (2016). Guía de tendencias para un emprendedor. Revista Internacional de Turismo España.
- Maldonado, N. P. (2007). *Tesis: La transmisión radiofónica digital: perspectivas mundiales y el caso mexicano*. México: Facultad de Ciencias Políticas UNAM.
- Nayarit, U. A. (26 de Mayo de 2018). *Hemeroteca Digital de Nayarit*. Obtenido de <https://hemerotecanayarit.com/index.php/80-anos-de-radio-en-nayarit/19-demo>

- OMT. (2016); Tendencias del turismo Internacional, Organización Mundial de Turismo de Naciones Unidas, España.
- Plata, G. S. (2016). *DIAS DE RADIO. HISTORIAS DE LA RADIO EN MEXICO*. México: TINTABLE.
- Romero, F. (1997). *¡Qué onda con la radio!* México: Pearson.
- SECTUR, Data Tur (2017). "Resultados de la actividad turística, mes de agosto. Subsecretaría de Planeación y política turística, Gobierno de México.
- Telefonica, E. (2015). *Nikolas Tesla*. Madrid: Fundación Telefonía. España.
- UAN. (25 de Mayo de 2018). *Universidad Autónoma de Nayarit*. Obtenido de Radio UAN: <http://www.uan.edu.mx/es/radio>
- Unidas, P. d. (2000). *Objetivos del Milenio*. New York: ONU.